

BAHASA VISUAL DALAM PERWAJAHAN MAJALAH *FEMINA*

Elda Franzia, SSn, MDs¹

Abstract

Femina magazine is one of the print media in Indonesia that has been produced from, by, and for Indonesian women for more than 37 years. The diachronic visual structure mapping of Femina magazine's front cover from 1970's period, 1980's period, 1990's period, 2000's period, and after 2003's re-fame period, are done to uphold the discourse analysis and to express the image of Indonesian women that represent by visual elements in magazine's front cover. The political, economical, social and cultural situation in a certain time and space will mold the definition of women's characteristic that variably different in a certain era. The visual language in front cover talks about women's image and makes a statement of Femina as an Indonesian women magazine that ongoing with life and technology development, while at the same time holds visual and social cultural ethics and manages to be the representation of Indonesian women as a target reader.

Keywords : front cover, Femina, image, Indonesian women

Pendahuluan : Majalah *Femina* sebagai Majalah Wanita Indonesia

Majalah merupakan salah satu komoditas ekonomi dalam industri kreatif yang berkembang di Indonesia saat ini. Seperti bentuk-bentuk industri lain, majalah mempunyai kepentingan erat dengan perolehan laba dalam produksinya sehingga setiap majalah mempunyai target pembaca yang berbeda-beda sebagai target pemasarannya. Perbedaan-perbedaan ini berperan dalam menentukan bentuk perwajahan majalah tersebut. Meskipun demikian, perwajahan majalah-majalah dengan target pembaca yang sama pun menjadi berbeda-beda karena kebutuhan pembentukan identitas setiap majalah untuk berbeda dari majalah pesaingnya. Dan dalam persaingan tersebut, sampul muka majalah menjadi visual yang pertama kali dilihat sehingga memegang peranan penting dalam menarik perhatian calon-calon pembacanya (Chris Frost, 2003).

Majalah *Femina* merupakan salah satu media cetak mingguan di Indonesia yang telah terbit selama 37 tahun, dan menjadi sumber informasi serta inspirasi bagi pembacanya. Terbit pertama kali di Jakarta pada tanggal 18 September 1972, majalah ini diproduksi dari, oleh, dan untuk wanita Indonesia. Sebagai majalah wanita Indonesia yang pertama hadir untuk memenuhi kebutuhan pembacanya, *Femina* secara konsisten menangkap gaya hidup pembacanya dan menampilkannya melalui teks visual dan verbal. Dalam perkembangannya, majalah *Femina* juga mengakomodasi nilai-nilai dan pengaruh-pengaruh luar, baik tradisional maupun modern, yang dianggap sesuai dengan pergeseran gaya hidup dan

¹ Staf pengajar pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Trisakti, Jakarta.

kebutuhan pembacanya, dengan tetap berpegang pada pagar-pagar etika visual desain perwajahan majalah *Femina*.

Visi dan misi *Femina* sejak awal sampai saat ini tidak berubah, yaitu untuk mewujudkan wanita berciri maju, mandiri, modern, dan cerdas, tetap berlatar budaya Indonesia dan mengayomi keluarga. Nama *Femina* diambil dari kata feminin, yang mudah diingat dan erat relasinya dengan kewanitaan. Nama tersebut juga dapat dilafalkan baik secara lokal maupun internasional. Tiras majalah *Femina* saat ini adalah 150.000 eksemplar, dengan lokasi edar nasional. Komposisi editorial majalah *Femina* adalah 25% mode dan kecantikan, 25% kuliner dan rumah, 20% pengembangan karier dan keuangan, 15% *relationship* dan seks, dan 15% kesehatan dan kebugaran (Femina Group Media Kit Interaktif, 2008).

Target pembaca majalah *Femina* adalah wanita usia 25 - 35 tahun, dengan tingkat sosial ekonomi A dan B, dan berpendidikan tinggi. Perkembangan tingkat pendidikan, pendapatan, dan gaya hidup wanita Indonesia menyebabkan perubahan target pembaca majalah *Femina*, yaitu pada masa awal berdirinya 80% ibu rumah tangga dan 20% wanita bekerja, sedangkan saat ini 80% wanita bekerja dan 20% ibu rumah tangga. Pembaca *Femina* adalah wanita kebanyakan dari kelas menengah atas, dengan wilayah geografis nasional dan kota-kota besar internasional yang banyak dihuni masyarakat Indonesia. Pembaca *Femina* saat ini banyak yang merupakan generasi kedua pembaca, dengan ibu-ibu yang dulu juga membaca majalah *Femina* pada masa awal.

Dengan *tagline* "Gaya Hidup Masa Kini", majalah *Femina* menampilkan gaya visual perwajahan dan penampilan model yang selalu berubah dari masa ke masa sesuai zamannya. Konsep perwajahan ini menjadikan majalah *Femina* menjadi majalah wanita yang tetap bercita rasa Indonesia dalam alur perkembangannya. Perubahan penampilan yang terjadi dalam proses perkembangan perwajahan majalah *Femina* tersebut secara tidak langsung telah menggambarkan perubahan kondisi sosial budaya masyarakatnya.

Pembacaan elemen-elemen visual pada sampul muka majalah *Femina* secara diakronik dari awal kelahirannya tahun 1972 (periode 1970-an), periode 1980-an, periode 1990-an, periode 2000-an, sampai dengan tahun 2009 (periode sesudah *refame* tahun 2003), akan memberikan pemahaman tentang sosok wanita Indonesia yang direpresentasikan dalam ruang dan waktu tertentu melalui elemen-elemen visual yang terdapat pada sampul muka majalah *Femina*. Representasi gaya hidup wanita masa kini yang divisualisasikan pada sampul muka majalah *Femina* ini pada akhirnya menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk diteliti dan dibaca sebagai sebuah teks bahasa visual tentang situasi sosial budaya masyarakat perkotaan Indonesia, khususnya wanita sebagai target pembaca majalah *Femina*.

Perkembangan Struktur Visual Sampul Muka Majalah *Femina*

Struktur visual sampul muka majalah *Femina* dibentuk oleh elemen-elemen visual, yang meliputi : (a) Tata letak (*layout*), (b) Tipografi, (c) Warna, dan (d) Gambar (*image*). Struktur ini berlaku sejak majalah *Femina* terbit pertama kali hingga saat ini. Perkembangan struktur visual yang terjadi kemudian dipengaruhi oleh perkembangan teknologi percetakan dan keilmuan desain di Indonesia.

Tata letak pada sampul muka majalah *Femina* meliputi penempatan elemen-elemen visual tersebut pada bidang sampul muka majalah. Struktur tata letak mengalami perkembangan dalam dominasi penggunaannya, yaitu yang sebelumnya lebih banyak menggunakan struktur tengah-tepi menjadi lebih banyak menggunakan struktur kiri-kanan, atas pertimbangan fungsi ekonomis dari sampul muka majalah. Dengan menggunakan struktur kiri-kanan, ruang sepertiga kiri (*left-third*) pada sampul muka majalah diisi oleh judul-judul artikel (*coverline*) yang berfungsi sebagai penarik bagi calon-calon pembeli di kios majalah (Gavin Ambrose dan Harris, 2007).

Perkembangan tata letak ini sekaligus berjalan bersama dengan perkembangan tipografi pada sampul muka majalah *Femina*. Tipografi pada sampul muka meliputi *brand* majalah dan *coverline* yang terdapat pada edisi tersebut. Perkembangan tipografi terjadi dalam wujud perbesaran ruang bagi elemen tipografi pada struktur majalah keseluruhan, yaitu *coverline* menjadi semakin banyak dan dibedakan secara hierarkis dalam pembacaannya. Porsi yang lebih besar ini diberikan sejalan dengan perkembangan kebutuhan informasi verbal dari wanita Indonesia masa kini. Selain itu perkembangan tipografi pada fungsinya sebagai elemen visual juga terjadi, dengan pemilihan jenis huruf dan ukuran huruf yang digunakan, sehingga sesuai dengan citra majalah *Femina* secara keseluruhan.

Elemen warna pada sampul muka majalah *Femina* meliputi warna yang digunakan pada tipografi dan fotografi, serta nuansa warna keseluruhan. Perkembangan warna dari periode awal hingga kini adalah adanya penggunaan warna yang lebih terencana, yaitu dengan dibuatnya *palette* warna per tahun sejak periode sesudah *refame* pada tahun 2003, sehingga menghasilkan nuansa warna yang sesuai dengan citra majalah seperti yang diinginkan. *Palette* warna ini dipilih berdasarkan nuansa objek yang dipilih, di mana mengandung warna yang kontras satu dengan lain dan warna yang berdekatan serta turunan warnanya. Warna pada bagian tengah merupakan warna *slug* atau *banner*, yang digunakan untuk *coverline* dan warna dasar, juga untuk menentukan kombinasi warna dengan warna busana model. Warna baju model memberi peran penting dalam kesatuan *palette* warna pada edisi tersebut. Warna baju model merupakan warna *slug* pada edisi tersebut. Warna *masthead* tidak lagi dibatasi pada warna merah dan putih, tetapi dapat bervariasi sesuai dengan *palette* warna yang


digunakan. Kombinasi warna yang digunakan memberikan kesan modern, cantik, segar, aktif, dan tetap feminin.

Elemen gambar meliputi fotografi model sampul yang ditampilkan pada sampul muka majalah *Femina*. Fotografi merupakan elemen visual yang dominan, karena gambar adalah yang pertama kali dilihat dan menarik perhatian pembaca, serta membentuk karakter sebuah majalah (William Owen, 1991). Fotografi pada sampul muka majalah sekaligus menyampaikan pernyataan mode kepada pembacanya, sehingga mode memegang peran penting pada sampul muka majalah. Perkembangan elemen gambar pada sampul muka majalah *Femina* meliputi pemilihan model, rias wajah dan busana yang digunakan oleh model, serta jarak kamera yang digunakan. Jarak kamera yang lebih dekat akan menangkap ekspresi wajah, sedangkan pada jarak yang lebih jauh akan menangkap *gesture* dan mode busana yang dikenakan oleh model sampul. Dalam perkembangannya jarak kamera yang digunakan secara dominan menjadi semakin jauh, dan fotografi lebih difokuskan pada mode busana yang dikenakan oleh model. Di sini busana dipandang memiliki fungsi komunikatif. Busana, pakaian, dan dandanan adalah bentuk komunikasi artifaktual (*artifactual communication*), yang didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan perbagai artefak. Busana dan mode dipergunakan untuk mengirimkan pesan tentang diri seseorang kepada orang lain (Malcolm Barnard, 1996). Model dengan busana dari *fashion* terkini mengirimkan pesan citra wanita yang ingin dikomunikasikan kepada pelihatnya.

Pemilihan busana ditentukan oleh tim mode dan kecantikan, dengan tiga macam tema busana, yaitu kasual, *glamour*, dan busana kantor. Kultur "ketimuran" dan patokan "ke-Indonesiaan" dilakukan oleh redaktur mode *Femina* dalam menyeleksi foto. Sehingga meskipun ingin menampilkan tren mode dengan baju paling mutakhir, harus tetap memperhatikan etika Timur. Tampilan tubuh terbuka dihindari, karena bukan identitas bangsa Indonesia, tetapi citra kemewahan kerap kali ditonjolkan pada fotografi mode Indonesia. Salah satunya dengan cara mengatur pencahayaan, menggunakan cahaya lampu berkekuatan tinggi sebagai pendekatan estetis. Gaya yang dipilih dalam perwajahannya sejak awal penerbitan majalah *Femina* adalah gaya yang praktis, bersih, dan tidak rumit (Dewi Anggraeni, et al, 1997). Visualisasi ini secara konsisten dan konsekuen terwujud dan terungkap pada desain perwajahan majalah serta penataan gaya pemotretannya.

Perkembangan struktur visual sampul muka majalah *Femina* mulai dari periode 1970-an sampai dengan sekarang, yang termasuk dalam periode sesudah *refame* 2003, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Perkembangan Struktur Visual Sampul Muka Majalah *Femina*

Sampul Muka Majalah <i>Femina</i>					
Klasifikasi	Periode 1970-an	Periode 1980-an	Periode 1990-an	Periode 2000-an	Periode Sesudah <i>Refame</i> 2003
Model	Wanita Indonesia, dengan bentuk wajah bulat lonjong.	Model Indonesia, dengan bentuk wajah bulat dan tulang pipi menonjol.	Bentuk wajah lonjong, lebih memanjang, ada kehadiran model indo.	Bentuk wajah lonjong dengan sudut dagu lebih meruncing, ada model indo.	Bentuk wajah lonjong dengan sudut dagu lebih meruncing, ada model indo.
Gaya dan Busana	Rias wajah lengkap dan rambut tertata rapi, busana banyak detail dan aksesoris.	Rias wajah dan rambut lebih natural, busana longgar berwarna cerah, termasuk aksesoris.	Rias wajah dan rambut bervariasi, busana <i>glamour</i> dan kasual, aksesoris warna keemasan.	Rias wajah dan rambut bervariasi, busana berpotongan sederhana untuk pesta, kerja, atau kasual.	Rias wajah dan rambut bervariasi, busana untuk pesta, kerja, atau kasual, dengan lebih banyak detail.
Fotografi	Dominan <i>close up</i> , fokus pada rias wajah dan latar lingkungan rumah.	<i>Close up</i> dan <i>medium close shot</i> , fokus pada gaya dan busana model.	Dominan <i>close up</i> , dengan fokus pada rias dan ekspresi wajah model.	<i>Medium close shot</i> dan <i>medium shot</i> , fokus pada ekspresi wajah dan <i>gesture</i> model.	<i>Medium close shot</i> dan <i>medium shot</i> , fokus pada gaya dan busana model.
Tipografi	Gaya tipografi tidak tertata dengan sedikit informasi verbal.	Gaya tipografi yang memiliki keterbacaan tinggi dan lebih banyak memberi informasi verbal.	Gaya tipografi yang modern dan memiliki keterbacaan tinggi serta memberi penekanan pada hal-hal yang dianggap penting.	Gaya tipografi yang memiliki keterbacaan tinggi tetapi tidak kaku serta hierarki <i>coverline</i> yang jelas.	Gaya tipografi yang modern tetapi tidak monoton serta memberi informasi verbal yang beragam dengan penekanan

					pada topik tertentu.
Warna	Bervariasi, tanpa konsep warna yang jelas.	Bervariasi, menggunakan warna cerah dan ramai.	Bervariasi, banyak menggunakan latar putih, kontras dengan <i>image</i> dan tipografi.	Bervariasi, kontras, kombinasi 2 warna yang lebih <i>bold</i> (lebih kuat)	Bervariasi, menggunakan <i>palette</i> warna, dengan warna analogus dan kontras.
Tata Letak	Dominan struktur kiri-kanan, porsi untuk <i>coverline</i> kecil.	Dominan struktur kiri-kanan, porsi untuk <i>coverline</i> lebih banyak.	Struktur kiri-kanan dan tengah-tepi berimbang, porsi <i>coverline</i> lebih banyak berkembang.	Struktur kiri-kanan dan tengah-tepi berimbang, porsi <i>image</i> dan <i>coverline</i> berimbang.	Dominan struktur kiri-kanan dengan porsi <i>image</i> dan <i>coverline</i> berimbang.
Tema Utama	Serba-serbi kehidupan wanita sebagai ibu rumah tangga	Peningkatan kesadaran akan kemampuan dan peran wanita dalam keluarga dan masyarakat.	Permasalahan wanita dalam kehidupan perkawinan dan dalam dunia kerja di lingkungan perkotaan masa modern.	Upaya peningkatan kualitas kehidupan wanita dalam keluarga dan masyarakat.	Serba-serbi kehidupan wanita yang berperan ganda dalam karier dan keluarga.
Citra Wanita Yang Direpresentasikan	Wanita Indonesia dengan kedudukan sebagai istri dan ibu rumah tangga kalangan menengah atas.	Wanita kelas menengah yang baru masuk ke dunia kerja dan membutuhkan panduan penampilan dan gaya hidup baru.	Wanita kelas menengah yang baru masuk ke dunia kerja dan membutuhkan panduan penampilan dan gaya hidup baru di lingkungan sosialnya.	Wanita kelas menengah usia muda yang aktif di dunia kerja modern dan memperhatikan penampilan dirinya.	Wanita kelas menengah yang memperhatikan penampilan yang dipercaya berperan dalam membentuk pencitraan dirinya.

Analisis Wacana pada Sampul Muka Majalah *Femina*

Situasi dan kondisi politik serta kemajuan ekonomi dalam dan luar negeri mau tidak mau mempengaruhi pergerakan dan kemajuan sosial budaya dalam suatu masyarakat dan berperan dalam membentuk wacana media massa. Penjelasan mengenai situasi masyarakat dan lingkungan sosial budaya serta suasana dalam negeri ini memberi gambaran mengenai pemikiran dan wacana berupa pertukaran makna melalui ujaran dan pembicaraan terus-menerus dalam sebuah media pada suatu periode waktu. Wacana pada media massa diwujudkan dalam teks visual dan verbal, yang berperan menjadi tanda-tanda dalam analisis wacana media. Analisis wacana merupakan semiotika sosial, di mana terdapat relasi antara tanda

dengan konteks. Elemen-elemen visual pada sebuah teks visual membentuk makna dalam konteks tertentu. Konteks tersebut antara lain berupa nilai-nilai, ideologi, dan kekuasaan yang ada pada sebuah lingkungan sosial di mana tanda bekerja. Kekuasaan dan dominasi kekuatan tersebut dapat berupa kepentingan politik, ekonomi, dan budaya tertentu (Eriyanto, 2001).

Majalah *Femina* sebagai salah satu media massa cetak di Indonesia dan wanita Indonesia sebagai khalayak pembacanya juga dipengaruhi oleh situasi dan kondisi tersebut. Pada sampul muka majalah *Femina*, wacana timbul dari kalimat-kalimat dalam bentuk ujaran-ujaran visual yang diucapkan secara berkesinambungan dari periode awal terbitnya *Femina* sampai dengan saat ini. Sampul muka majalah *Femina* menjadi sebuah teks yang dapat dipahami dan dibaca sebagai kalimat-kalimat bahasa visual yang menyampaikan pesan tertentu kepada pembacanya. Elemen-elemen yang terdapat pada sampul muka majalah merupakan elemen-elemen yang membentuk struktur kalimat dalam bahasa visual tersebut. Pada bahasa visual, struktur kalimat dibentuk oleh tingkatan fokus perhatian yang terdapat pada teks visual. Elemen-elemen pada sampul muka majalah seperti *masthead*, *image*, dan *coverline* membentuk tingkatan perhatian pembaca. Pembaca akan melihat dari arah atas, *masthead* yang dapat dibaca "*Femina*", kemudian perhatian terarah ke *image*, dan kemudian menuju *coverline*. Pembaca akan membaca *coverline* dari yang berukuran paling besar dan berwarna paling mencolok, kemudian ke ukuran yang lebih kecil dan lebih kurang menarik perhatian. Dengan demikian pembacaan *coverline* dari *coverline* utama, ke *coverline* kedua, dan baru ke *coverline* ketiga yang berukuran paling kecil dan paling kurang menarik perhatian.

Relasi tersebut adalah relasi dalam struktur bahasa, termasuk bahasa visual, yang dibedakan menjadi: (a) Relasi Sintagmatik, dan (b) Relasi Paradigmatik (Kris Budiman, 2004). Struktur sintagmatik dalam bahasa visual adalah aliran ujaran visual dalam sebuah teks, yang berlaku pada sampul muka majalah *Femina*. Sampul muka majalah *Femina* sebagai teks bahasa visual membentuk aliran ujaran visual dalam urutan tingkatan perhatian yaitu *masthead*, *image*, dan *coverline*. Urutan tersebut tidak dapat saling dipertukarkan, karena bila dipertukarkan ujaran tersebut akan menjadi tidak bermakna. Pada saat berdiri sendiri, elemen-elemen tersebut menjadi kata-kata yang mengandung makna, tetapi kata-kata tersebut akan menjadi kalimat pada alur ujarannya. Kalimat tersebut yang membentuk kalimat bahasa visual pada teks sampul muka majalah. Sedangkan struktur paradigmatic menghadirkan tanda semiotika visual dari apa yang hadir dan tidak hadir secara visual, di mana *image* ditampilkan sebagaimana adanya dan bukan seperti yang tidak ditampilkan karena menjadi penanda atas sosok wanita sesuai dengan kondisi ruang dan waktu yang direpresentasikan olehnya.

Dalam setiap periode ditemukan pola-pola repetisi pada tampilan perwajahan sampul muka majalah. Pola-pola repetisi didapat dari karakter

image model, baik dari bentuk wajah, ekspresi, *gesture*, gaya dan busana, serta aspek fotografinya, juga tema-tema yang diangkat dalam setiap edisi, sehingga dapat disimpulkan tema utama dan sub tema dalam setiap periode. Pola-pola repetisi tersebut menjadi tanda-tanda yang memiliki makna-makna tertentu dan membentuk karakteristik representasi citra wanita pada periode tersebut. Majalah wanita menjalankan fungsinya sebagai sumber orientasi sosial dan gaya hidup yang ingin disampaikan kepada pembacanya dengan cara menampilkan citra kecantikan yang diidealisasikan (*idealized beauty*) (Aquarini Priyatna Prabasmoro, 2003). Dan dalam hal ini mode dan busana, serta cara penampilan wanita, tetap merupakan cara utama mengonstruksi, menandai, dan mereproduksi feminitas.

Perbedaan ruang dan waktu, atau perbedaan tempat dan budaya di mana tanda-tanda budaya tersebut direproduksi, akan membentuk definisi karakteristik wanita yang kurang lebih berbeda. Mode menandai nilai-nilai zamannya. Namun penilaian terhadap wanita tetap saja berdasarkan penampilan. Identitas gender wanita direproduksi lewat mode yang oleh masyarakat dianggap cocok baginya. Menciptakan dan menjaga rupa serta penampilan, menjadi sesuatu yang mendefinisikan watak feminitas (*feature of femininity*) (Malcolm Barnard, 1996), sehingga citra wanita yang mempesona secara langsung berkaitan dengan mode dan kecantikan.

Pada periode 1970-an, citra wanita yang direpresentasikan adalah sosok ibu rumah tangga kalangan menengah atas yang secara visual dipengaruhi oleh ideologi ibuisme yang dibentuk pada masa pemerintahan Orde Baru. Ekspresi, *gesture*, dan tata rias model mencerminkan kondisi terespresi oleh ikatan nilai-nilai sosial kultural yang kuat. Masyarakat kelas menengah ini merupakan produk masyarakat transisi yang menerima berbagai persepsi estetika melalui pendidikan, informasi, dan perbandingan dengan negara-negara maju, termasuk gaya desain dan produk-produk budaya massa (Agus Sachari dan Yan Yan Sunarya, 2002). Keterbukaan akan perubahan membuat citra estetika yang muncul pada masa itu kemudian merupakan kolase dari bermacam-macam unsur budaya yang belum berpadu. Fenomena ini, bagi Umar Kayam merupakan cerminan lahirnya kelompok masyarakat neo-priyayi yang lahir dari masyarakat ekonomi menengah baru. Dalam kehidupan masyarakat Indonesia sehari-hari, proses modernisasi itu diimbangi dengan upaya pencarian jati diri "ke-Indonesiaan" dalam budaya nilai dan budaya visual.

Perkembangan sektor ekonomi dan pembangunan kemudian menyebabkan terbukanya lapangan kerja yang lebih luas termasuk bagi wanita, yang kemudian membentuk citra wanita pada periode 1980-an yang direpresentasikan pada sampul muka majalah *Femina*, yaitu wanita kalangan menengah yang membukaawasannya dengan memasuki dunia kerja baru yang patriarkis. Keberhasilan wanita merambah dunia kerja selain dilihat dari aspek ekonomi sebagai upaya pemenuhan kebutuhan keluarga juga merupakan penyampaian ideologi feminisme praktis. Disebut feminisme praktis karena pada kenyataannya berbeda dari pemikiran

feminisme liberal, meskipun feminisme liberal menekankan pada masuknya wanita ke dalam pasar tenaga kerja dan kemampuan bersaing dengan laki-laki dalam lingkungan ini (Jane C. Ollenburger dan Helen A. Moore, 2002). Pada periode ini *Femina* menjadi panduan bagi penampilan dan gaya hidup baru bagi wanita bekerja.

Semakin mapannya sektor ekonomi di satu sisi membawa kemajuan kehidupan dan gaya hidup wanita perkotaan, tetapi ketidakmerataan dan kesenjangan sosial membawa pengaruh terhadap gejolak sosial akibat krisis ekonomi pada periode 1990-an. Gejolak politik, ekonomi, sosial, dan budaya tersebut menyebabkan perubahan pada citra wanita yang direpresentasikan pada periode ini menjadi lebih lugas dan terbuka dalam sikap dan penampilannya. Lepasnya represi pemerintahan Orde Baru disikapi dengan kelugasan penampilan model yang lebih ekspresif dan *gesture* yang lebih bebas. Periode ini juga merupakan periode menyongsong milenium baru, di mana perkembangan media dan industri dalam negeri mendorong terbangunnya isu globalisasi sekaligus keragaman budaya, yang mempengaruhi kehidupan masyarakat Indonesia. Isu global-lokal menjadi bagian penting dalam wacana estetis dan sosial budaya (Agus Sachari dan Yan Yan Sunarya, 2002). Bagi pembaca dari kelas menengah bawah, *Femina* menampilkan gaya hidup yang dijadikan harapan dan angan-angan, menjadi panutan dalam membentuk personalisasi diri, identitas, dan gaya hidup (Dewi Anggraeni, et al, 1997). Majalah *Femina* menjadi inspirasi bagi wanita muda di perkotaan yang aktif, dinamis, dan lebih berani dalam menyuarakan aspirasinya, sehingga citra yang ditampilkan pada sampul muka majalah *Femina* pada periode ini adalah wanita kelas menengah yang aktif di dunia kerja dan usaha serta membutuhkan panduan penampilan dan gaya hidup baru di lingkungan sosialnya yang mengalami perubahan.

Pada periode 2000-an, pola konsumerisme dan keterikatan terhadap materi membawa pengaruh pada citra wanita yang direpresentasikan pada periode ini yang lebih memperhatikan pada kebebasan *fashion* dan penampilan. Era globalisasi dan keterbukaan yang dibawa oleh reformasi sistem politik dalam negeri juga telah memberi keleluasaan yang lebih pada media massa cetak. Majalah *Femina* lebih berani dalam menampilkan *image* model yang lebih bervariasi, baik dari ekspresi, *gesture*, dan mode busana yang digunakan oleh model. Periode ini juga memasuki masa peralihan, antara konsep perwajahan yang telah berlangsung sebelumnya pada periode 1990-an dengan periode sesudah *refame* 2003.

Perubahan perwajahan yang dilakukan oleh majalah *Femina* pada tahun 2003 yang menjadi bagian dari proses *refame* dilakukan melalui konsultasi dengan pihak ahli dari luar negeri. Hal ini dilakukan agar perwajahan majalah *Femina* tidak tertinggal dari perwajahan media massa global sejenis dan semakin mengukuhkan posisinya sebagai majalah wanita aktif dan modern di Indonesia. Dengan kata lain *Femina* menerima modernisasi dan globalisasi yang dijalani oleh masyarakat dunia. Periode sesudah *refame* 2003 yang berlangsung sampai sekarang merupakan

penguatan terhadap kebebasan *fashion* dan penampilan yang menjadi pembentuk representasi citra diri seorang wanita. *Image* model yang memperlihatkan model sampai dengan pinggul juga memberikan peluang kepada model untuk berkomunikasi melalui tubuhnya secara lebih luas. Mode busana yang memperlihatkan bagian-bagian tubuh model menjadikan tubuh sebagai penanda atas makna subjek kemanusiaannya, sekaligus makna objek sebagai seorang wanita. Dengan kata lain, seorang wanita tidak dapat dilepaskan keberadaannya dari pandangan laki-laki (*male gaze*) sehingga menjadi cantik dan berpenampilan menarik adalah tuntutan secara kultural (John Berger, 1972). Pada era demokrasi ini pencitraan menjadi penting karena citra terbentuk melalui wacana dan pencitraan secara visual oleh media, sehingga pada ruang dan waktu di mana pilihan dan kemungkinan semakin luas terbentang pembentukan citra diri menjadi semakin penting dan diperlukan untuk memposisikan dan menempatkan dirinya dalam lingkungan sosial yang semakin luas pula, sehingga citra wanita yang ditampilkan pada sampul muka majalah *Femina* pada periode ini adalah wanita kelas menengah yang memperhatikan gaya busana dan aksesoris sebagai penunjang penampilan dalam pembentukan citra dirinya.

Dengan demikian korelasi antara citra wanita yang direpresentasikan pada sampul muka majalah *Femina* mulai dari periode 1970-an sampai dengan sekarang, yang termasuk dalam periode sesudah *refame* 2003, dengan wacana pada ruang dan waktu tersebut, dapat dilihat pada tabel 2 peta pergeseran citra wanita pada sampul muka majalah *Femina*.

Simpulan : Ujaran Citra Wanita pada Sampul Muka Majalah *Femina*

Perwajahan majalah *Femina* termasuk tampilan dan bahasa visual pada sampul muka majalah dibentuk oleh elemen-elemen visual berupa *image* foto model, tipografi, dan warna, yang tersusun dalam tata letak sampul muka majalah tersebut. Elemen-elemen visual tersebut saling berelasi, menyampaikan ujaran-ujaran visual dan verbal yang saling melengkapi satu sama lainnya serta membentuk satu kesatuan struktur, serta menegaskan posisi *Femina* sebagai majalah gaya hidup masa kini bagi wanita Indonesia. Ruang dan waktu yang berbeda menghasilkan perbedaan tampilan sampul muka majalah *Femina* dari periode awal sampai dengan sekarang. Perbedaan tersebut dipengaruhi juga oleh perkembangan teknologi dan peran pengarah artistik dalam melakukan pengarah visual, yang muncul dalam bentuk, rupa, dan nuansa yang berbeda dari setiap elemen-elemen visual sampul muka majalah pada setiap periode.

Model pada sampul muka majalah *Femina* merepresentasikan khalayak sosok wanita Indonesia sebagai pembaca majalah *Femina* dalam citra kecantikan yang diidealisasikan (*idealized beauty*). Khalayak pembaca majalah *Femina* secara demografis tidak mengalami perubahan nyata, yaitu wanita Indonesia usia 25-35 tahun kalangan menengah di perkotaan, meskipun penampilan dan pemikiran wanita Indonesia sebagai pembaca

majalah *Femina* mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan situasi dan kondisi zaman. Perbedaan tren tata rias dan busana yang dipengaruhi kondisi politik, sosial, dan budayalah yang menyebabkan perbedaan tampilan model sebagai *idealized beauty*. Image foto model, tipografi, dan warna, merepresentasikan sosok wanita dengan kategori berbeda-beda setiap periodenya sesuai dengan situasi dan kondisi politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang melatarbelakanginya, dan bergeser sesuai tren mode dan kecantikan yang berlaku secara global. Wanita, tetap dituntut secara kultural dan sosial untuk tampil feminin, cantik, dan menarik, meskipun diimbangi dengan peningkatan aktivitas dan potensi diri.

Tabel 2. Peta Pergeseran Citra Visual Wanita pada Sampul Muka Majalah *Femina*

Klasifikasi	Periode 1970-an	Periode 1980-an	Periode 1990-an	Periode 2000-an	Periode Sesudah Refame 2003
	----->				
Citra Wanita Yang Direpresentasikan	Wanita Indonesia dengan kedudukan sebagai istri dan ibu rumah tangga kalangan menengah atas.	Wanita kelas menengah yang baru masuk ke dunia kerja dan membutuhkan panduan penampilan dan gaya hidup baru.	Wanita kelas menengah yang baru masuk ke dunia kerja dan membutuhkan panduan penampilan dan gaya hidup baru di lingkungan sosialnya.	Wanita kelas menengah usia muda yang aktif di dunia kerja modern dan memperhatikan penampilan dirinya.	Wanita kelas menengah yang memperhatikan penampilan yang dipercaya berperan dalam membentuk pencitraan dirinya.
Sampul Muka Majalah Femina					
	No. I / 1972	No. 17 / XII - 1984	No. 18 / XXI - 1993	No. 39/XXX-2002	No. 15/XXXVII-2009
Wacana	Pemerintahan Orde Baru Ideologi patriarkat yang	Ideologi pembangunan Orde Baru Penurunan harga minyak bumi	Pembangunan ekonomi tidak merata Kekuasaan Orde Baru runtuh	Sistem politik demokrasi baru terbentuk Millenium baru Globalisasi dan	Sistem politik demokrasi Pencitraan individu Globalisasi

	represif				
	Industri minyak bumi berkembang pesat	Terbukanya lapangan kerja bagi wanita	Reformasi	keterbukaan	dan keterbukaan informasi
	Modernisasi berorientasi Barat	Ideologi feminisme praktis	Krisis ekonomi	Pengaruh media global	Persaingan ekonomi dan industri media
	Citra kecantikan neo priyayi	Gaya hidup dan tren pergaulan <i>disco</i>	Gejolak sosial	Persaingan ekonomi	Tren dan gaya hidup global
			Pelonggaran nilai-nilai moral dan sosial	Konsumerisme	Penampilan menjadi representasi citra diri
			Telenovela	Penampilan menjadi modal kesuksesan	

Tetapi meskipun citra estetis dari wanita Indonesia berubah sesuai zamannya, sosok wanita yang secara konseptual ideal tidak mengalami perubahan besar, dan hal ini ditampilkan pada sampul muka majalah *Femina* pada beberapa periode yang berbeda. Pembicaraan terus-menerus yang muncul dalam wacana dengan membawa nilai-nilai tertentu merupakan ideologi media yang disampaikan kepada pembacanya. Dalam bentuk visualisasi pada sampul muka majalah *Femina*, sosok wanita yang diidealisasikan oleh majalah *Femina* mulai dari awal terbitnya majalah *Femina* hingga saat ini adalah sosok wanita yang serba bisa dan mampu mengerjakan berbagai tugas baik domestik, profesional, dan sosial, meskipun pada praktiknya peran domestik wanita banyak didelegasikan ke tenaga pendukung lain, sehingga dalam ujaran visual muncul dalam bentuk figur wanita bertangan banyak. Ideologi feminisme praktis ini juga muncul dalam pesan-pesan verbal dalam bentuk tema dan topik-topik *coverline* pada sampul muka majalah *Femina*. Kesadaran gender dan keinginan kesetaraan ini berkaitan dengan peran, citra, dan eksistensi diri, yaitu dengan memperluas peran di luar lingkup domestik dan membentuk citra dengan menjaga penampilan luar, serta meningkatkan kemampuan personal sebagai bukti eksistensi diri.

Perwajahan majalah *Femina*, dalam hal ini dilihat dari sampul muka majalahnya, menyuarakan posisi majalah *Femina* sebagai pemberi gagasan dan inspirasi, serta menyuarakan wacana feminisme wanita Indonesia, yang dipahami sebagai kesadaran akan keberadaan dirinya sebagai wanita secara natural dan kultural, serta tidak menempatkan diri pada oposisi biner dari dua gender yang berbeda. Wanita dalam *Femina* tidak menolak diposisikan sebagai subordinat melalui kelembagaan perkawinan, dan di saat yang bersamaan mengupayakan peningkatan kualitas diri melalui pengembangan potensi dirinya. Kesadaran tersebut muncul dari penerimaan dirinya sebagai wanita dengan segala keterbatasan serta tuntutan sosial kultural, yang menghadirkan berbagai masalah dalam kehidupan wanita, sehingga muncul dalam bahasa verbal dalam bentuk tema-tema yang diangkat oleh *Femina*, dan dalam bahasa

visual dalam bentuk *image* model yang dianggap menjadi representasi secara ideal figur wanita pembacanya.

Konsistensi dan keberhasilan *Femina* dalam menangkap situasi dan kondisi sosial budaya wanita Indonesia dan mengungkapkannya dalam bentuk perwajahan majalah *Femina*, telah memposisikan majalah *Femina* sebagai majalah gaya hidup wanita Indonesia masa kini, sehingga mempunyai pembaca loyal dari generasi ke generasi. Maraknya industri media cetak dan kedatangan majalah-majalah wanita berlisensi asing tidak menggerus dominasi majalah *Femina* dalam pasar majalah wanita di Indonesia, meskipun kehadirannya di kios-kios majalah tidak terlalu menyita perhatian dengan warna dan tampilan perwajahannya yang cenderung lembut dan feminin.

Ujaran-ujaran bahasa visual pada sampul muka majalah *Femina* telah mengutarakan secara tegas peran *Femina* sebagai media massa cetak terhadap pembangunan bangsa. Dalam situasi pembangunan perekonomian Indonesia yang mengedepankan aspek pembangunan ekonomi kreatif masyarakat dan bangsa, majalah *Femina* mengukuhkan posisi dirinya sebagai majalah wanita Indonesia. Wanita Indonesia merupakan pilar-pilar pembangunan bangsa, dan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan Indonesia diperlukan peneguhan terhadap jati diri wanita dan bangsa Indonesia. Upaya tersebutlah yang telah dilakukan secara terus-menerus oleh majalah *Femina* sejak awal terbitnya, yaitu mendukung pemberdayaan kemampuan wanita Indonesia dengan tetap berpegang pada nilai-nilai sosial budaya. Majalah *Femina* melalui perkembangan perwajahannya selama lebih dari tiga dekade telah membuktikan kemampuannya dalam mengikuti perkembangan kehidupan wanita Indonesia sesuai zaman dan perkembangan teknologi, dengan tetap memegang teguh nilai-nilai dan etika visual yang sesuai dengan nilai-nilai sosial budaya masyarakat Indonesia, sehingga menempatkannya sebagai representasi kehidupan wanita Indonesia kebanyakan yang menjadi target pembacanya.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, Dewi, et al., 1997. *Menjurus Arus : Seperempat Abad Femina, Mendorong Kemajuan Wanita Indonesia 1972-1997*, Jakarta : PT Gaya Favorit Press.
- Ambrose, Gavin, dan Harris, 2007. *The Layout Book*, Switzerland : AVA Publishing SA.
- Barnard, Malcolm, 1996. *Fashion Sebagai Komunikasi : Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, terj. Idi Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara, Bandung : Jalasutra.
- Barthes, Roland, 1981. *Camera Lucida : Reflection on Photography*, New York : Hill and Wang.

- Berger, John, 1972. *Ways of Seeing*, London : Penguin Books.
- Budiman, Kris, 2004. *Semiotika Visual*, Yogyakarta : Buku Baik.
- Eriyanto, 2001. *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta : LKIS.
- Fost, Chris, 2004. *Designing for Newspaper and Magazines*, London : Routledge.
- Ollenburger, Jane C., dan Helen A. Moore, 2002. *Sosiologi Wanita*, terj. Budi Sucahyono dan Yan Sumaryana, Cetakan Kedua, Jakarta : PT Asdi Mahasatya.
- Owen, William, 1991. *Magazine Design*, London : Laurence King.
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna, 2003. *Becoming White : Representasi Ras, Kelas, Feminitas, dan Globalitas dalam Iklan Sabun*, Yogyakarta : Jalasutra.
- Sachari, Agus, dan Yan Yan Sunarya, 2002. *Sejarah dan Perkembangan Desain dan Dunia Kesenirupaan di Indonesia*, Bandung : Penerbit ITB.

Jurnal Universitas

Paramadina

Edisi Khusus

Konferensi Nasional
Jakarta, 16 Juni 2010

Menuju Pembangunan
Berkelanjutan Indonesia :
Pemberdayaan Kompetensi
Lintas Studi

Daftar Isi

Bahasa Visual Dalam Perwajahan Majalah Femina <i>Elda Franzia</i>	1-14
Desain dan Identitas <i>July Hidayat</i>	15-27
Penerapan Metoda Design By Doing Melalui Eksplorasi Bahan Non Konvensional Untuk Membangun Industri Kerajinan Kreatif Khas Indonesia <i>Andry</i>	28-39
Ilustrasi Karakter Tokoh Cerita Calon Arang dalam Corak Batuan: Upaya Pendalaman Karakter Cerita Rakyat Indonesia <i>Guguh Sujatmiko</i>	40-54
Etika Visual, Konflik Representasi dari Ikonik hingga Simbolik <i>R. Drajatno Widi Utomo</i>	55-70
Islam, Etos Kerja dan Pembangunan <i>Fuad Mahbub Siraj</i>	71-80
Implikasi ACFTA Terhadap Perekonomian Indonesia sebagai Akibat Pengaruh Peran Swasta di ASEAN <i>Yusran</i>	81-100
Kepemimpinan Indonesia dalam ASEAN: Dari Soeharto sampai Susilo Bambang Yudhoyono <i>Agung Setiyo Wibowo</i>	101-116
Periklanan : Ketika Media Lama Bertemu dengan Media Baru <i>Prida Ariani Ambar Astuti</i>	117-131

Dunia Dalam Sepotong Ponsel: Teknologi Komunikasi, Media Baru, dan Implikasinya <i>Khaerul Umam Noer</i>	132-146
Dampak Facebook terhadap Partisipasi Politik Penggunanya <i>Wahyutama, Ika Karlina</i>	147-158
Penggunaan Facebook oleh Mahasiswa dan Dosen di Universitas Paramadina <i>Lutviah, Ika Karlina, Wahyutama</i>	159-172
Kajian Penetapan Komoditi Pertanian Unggulan UMKM di Kota Batam <i>Dwi Kartikasari</i>	173-184
Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance : A Configurational Approach <i>Irra Chrisyanti Dewi, Rudi Santoso</i>	183-201
Pengaruh Pemoderasian Umur dan Masa Kerja terhadap Hubungan Kepribadian dan Motif dengan Perilaku Kewargaan Organisasional Kasus pada Industri Perbankan di Indonesia <i>D. Wahyu Ariani</i>	202-222
Recycling Economy <i>Setyawati K</i>	223-231
Menjadi Pemilik Usaha atau Karyawan? Analisis Tentang Konflik Peran Ganda di Usaha Kecil Menengah <i>Herlina Dyah Kuswanti</i>	232-244
Prospek Pengembangan Agribisnis Sayuran Organik Melalui Model Pertanian Kota <i>Dina Nova Priminingtyas, Heru Santoso, Dedeh Faridah</i>	245-256
Pendekatan Intrapreneurship untuk Meningkatkan Efektifitas dan Efisiensi Layanan Instansi Pemerintah di Indonesia : Sebuah Petunjuk Sederhana <i>Naila M. Tazkiyyah</i>	257-268

- Leader- Entrepreneur Dalam Menjawab
Peluang dan Tantangan Pembangunan
Berkelanjutan** 269-280
Winarto, Roos K. Andadani
- Interaksi Multi Disiplin Ilmu dalam Sebuah
Organisasi (Studi Kasus Organisasi Marching
Band)** 281-295
Marko S. Hermawan
- Penerapan Strategi "Optimalisasi Proses
Bisnis" untuk Peningkatan Produktivitas
Kebijakan dan Kinerja Pemerintah Republik
Indonesia** 296-309
M. Iffan Fanani
- Persepsi Karyawan Tentang Hak Bekerja :
Sebuah Studi Deskriptif di Kalangan
Karyawan di Perguruan Tinggi** 310-318
Anita Maharani
- Implikasi Undang-Undang No. 9 Tahun 2009
Tentang Badan Hukum Pendidikan terhadap
Lembaga Pendidikan Formal di Indonesia** 319-332
Jamin Ginting
- Kepemimpinan Spiritual untuk Kejayaan
Indonesia (Mengungkap Relevansi Konsep
Kepemimpinan Spiritual dari Fry dengan
Kepemimpinan Nusantara yang Etos-
Universal)** 333-349
M.M Nilam Widayarni
- Pelaksanaan Penerapan Nilai Murni dalam
Pengajaran dari Perspektif Guru-Guru
PKJ/Olahraga : Satu Kajian Kualitatif di
Sekolah KebangsaanCyberjaya** 50-370
Norzamri Bin Ishak, Nurhasni bt.Mohd Noor
- Persepsi Kepemimpinan Otentik dan Work
Engagement Pada Generasi X &Y di Indonesia** 371-388
Andin Andiyasari, Ardiningtyas Pitaloka
- Prototipe Kios Informasi Pencarian Halte
Angkutan Umum Busway Terdekat
Berdasarkan Lokasi Tujuan Penumpang** 389-403
Nina Sevani, Wanda Lopez

- Pengaruh Internet dan Game Education
sebagai Salah Satu Alat Bantu Pembelajaran
di Kelas untuk Meningkatkan Minat Belajar
Siswa SMP di Jakarta Utara** 404-416
Linda Marlinda
- Pembelajaran dan Komunikasi Elektronik
di Universitas Kristen Maranatha** 417-426
Semuil Tjiharjadi, Marvin Chandra Wijaya
- Sistem Pengolahan Data Kegiatan Komersial
(Konsesi) Menggunakan
Unified Modeling Language (UML) (Studi
Kasus Cabang Angkasa Pura II BAndar Udara
Halim Perdanakusuma Jakarta)** 427-441
Emi Susilowati, Linda Marlinda
- Aplikasi Pembelajaran Dasar Trigonometri
Menggunakan Animasi** 442-447
Henky Honggo, Yohannes
- Rural ICT development Pengalaman
Pengembangan Teknologi Informasi dan
Komunikasi di Pedesaan** 448-461
Ramot Lubis, Inggriani Liem
- Implementasi Sistem Pakar Soal Ujian Online
untuk Mengatasi Kesulitan
Dosen Pengganti di Kelas** 462-475
Linda Marlinda
- Kajian Perencanaan Implementasi
Sentralisasi Database Aplikasi Core Business
menggunakan Kerangka COBIT dan ISO:
17799 (Studi Kasus di PT. TASPEN)** 476-495
Muhaemin, Sidik Adi Pramono